

Jurnal Analisa kepuasan pelanggan dengan pendekatan metode CSI dan IPA

by Restuputri Sulaksmi Dewi

Submission date: 07-Oct-2020 12:27PM (UTC+0700)

Submission ID: 1407794607

File name: Dewi Restuputri Sulaksmi - kepuasan pelanggan customer satisfaction index importance performance analysis.pdf (287.25K)

Word count: 2525

Character count: 14706

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Shanty Kusuma Dewi¹, Dian Palupi Restuputri², Andri Sulaksmi³

1. Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
2. Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
3. Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang

Kontak Person:

Shanty Kusuma Dewi
Jl. Raya Tlogomas 246
Malang, 65141

Telp: 0341-464318, Fax: 0341-460435, E-mail: shanty.kusumadewi@gmail.com

Abstrak

Taman Rekreasi Sengkaling adalah salah satu tempat tujuan wisata di Malang. Sebelum berdirinya beberapa tempat wisata baru, Taman Rekreasi Sengkaling menjadi salah satu tujuan favorit wisatawan di Kota Malang. Tetapi sejak berdirinya beberapa objek wisata baru maka objek wisata ini memperoleh dampak berupa menurunnya jumlah pengunjung. Untuk dapat bersaing dengan objek wisata lain maka Taman Rekreasi Sengkaling harus bisa memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui dan memahami apakah pelanggan telah puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan *customer satisfaction index*, sedangkan *importance performance analysis* merupakan prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan *customer satisfaction index* didapatkan nilai sebesar 68,27 %, dimana nilai tersebut berada dalam kategori fair (cukup). Hasil dari pemetaan tingkat kepentingan dan kinerja dari Taman Rekreasi Sengkaling didapatkan tujuh atribut yang masuk dalam prioritas utama untuk diperbaiki.

7

Kata kunci: kepuasan pelanggan, *customer satisfaction index*, *importance performance analysis*

Pendahuluan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama bagi setiap jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan (konsumen) dapat didefinisikan sebagai kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan dan keinginan konsumen [1]. Kepuasan pelanggan menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui dan memahami apakah pelanggan telah puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Perusahaan harus selalu berupaya melakukan perbaikan terus menerus atas jasa layanan yang diberikan. Tingkat persaingan antar pelaku bisnis menuntut perusahaan untuk memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan mempunyai daya saing dan bisa bertahan dalam persaingan.

Taman Rekreasi Sengkaling adalah salah satu tempat tujuan wisata di Malang. Sebelum berdirinya beberapa tempat wisata baru, Taman Rekreasi Sengkaling menjadi salah satu tujuan favorit wisatawan di Kota Malang, puncaknya pada tahun 2002. Tetapi sejak kemunculan beberapa objek wisata baru maka objek wisata ini juga memperoleh dampak berupa menurunnya jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung akan berdampak terhadap keuntungan perusahaan. Untuk dapat bersaing dengan objek wisata lain maka Taman Rekreasi Sengkaling harus bisa memuaskan pelanggan.

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan menggunakan *customer satisfaction index*. *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut. CSI banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan [2,3,4]. Selain CSI metode yang dikembangkan untuk menilai kepuasan konsumen di industri pelayanan jasa adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA merupakan prosedur untuk

menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut kinerja perusahaan [5]. Selain itu IPA juga bisa digunakan sebagai alat untuk menyusun strategi manajemen perusahaan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini atribut yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan didapatkan dengan cara *brainstorming* dengan pihak pengelola Taman Rekreasi Sengkaling. Hasil *brainstorming* dengan pihak pengelola didapatkan 14 atribut pelayanan. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling. Dalam penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara *non probability sampling* dan metode sampling yang digunakan adalah sampling aksidental. Dalam penelitian diambil sampel dari pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling. Penentuan jumlah minimum dari sampel penelitian ini menggunakan persamaan Bernoulli [6] pada persamaan (1).

$$N \geq \frac{\left(Z_{\alpha/2}\right)^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (1)$$

Skala Likert digunakan sebagai acuan dalam penyusunan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Dalam setiap pernyataan diberi bobot dengan menggunakan skala Likert yang terdiri skor 1 – 5. Untuk tingkat kepentingan penilaiannya mulai dari tidak penting, kurang penting, cukup penting, penting dan sangat penting dengan skor nilai 1 sampai 5. Begitu pula untuk penilaian kinerja diberikan skor penilaian 1 -5 yang terdiri dari tidak baik, kurang baik, cukup baik, baik dan sangat baik.

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reabilitas untuk menguji validitas dan reabilitas dari instrumen penelitian. Analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai CSI adalah sebagai berikut: Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran.

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance and Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Pada diagram IPA sumbu mendatar (X) akan diisi oleh rata – rata skor tingkat pelaksanaan masing – masing atribut (\bar{X}) sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh rata – rata skor tingkat kepentingan masing – masing atribut (\bar{Y}). Rumus menentukan nilai \bar{X} dan \bar{Y} sebagaimana persamaan (2) dan (3).

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3)$$

Pembuatan diagram IPA dengan bantuan diagram kartesius, dimana diagram tersebut merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut, dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus penentuan nilai \bar{X} dan \bar{Y} dapat dilihat pada persamaan (4) dan (5)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}}{K} \quad (4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}}{K} \quad (5)$$

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data.

Adapun cara yang digunakan adalah dengan analisa Item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*". Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai *r* hitung > dari nilai *r* tabel [7]. Adapun hasil uji validitas dari jawaban responden dengan menggunakan Software SPSS 17 dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Uji Validasi Penilaian Kinerja

No Item	Nilai Korelasi	R Kritis (α 5 %)	Keterangan
X 1	0,404	0,279	Valid
X 2	0,721	0,279	Valid
X 3	0,675	0,279	Valid
X 4	0,499	0,279	Valid
X 5	0,479	0,279	Valid
X 6	0,392	0,279	Valid
X 7	0,289	0,279	Valid
X 8	0,495	0,279	Valid
X 9	0,410	0,279	Valid
X 10	0,772	0,279	Valid
X 11	0,505	0,279	Valid
X 12	0,549	0,279	Valid
X 13	0,701	0,279	Valid
X 14	0,559	0,279	Valid

Tabel 2. Uji Validasi Penilaian Tingkat Kepentingan

No Item	Nilai Korelasi	R Kritis (α 5 %)	Keterangan
X 1	0,299	0,279	Valid
X 2	0,660	0,279	Valid
X 3	0,501	0,279	Valid
X 4	0,545	0,279	Valid
X 5	0,395	0,279	Valid
X 6	0,574	0,279	Valid
X 7	0,539	0,279	Valid
X 8	0,656	0,279	Valid
X 9	0,564	0,279	Valid
X 10	0,799	0,279	Valid
X 11	0,531	0,279	Valid
X 12	0,720	0,279	Valid
X 13	0,679	0,279	Valid
X 14	0,857	0,279	Valid

6

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih [7]. Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel penilaian kinerja dan tingkat kepentingan semua item valid karena nilai *r* korelasinya lebih besar dari 0,06. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

No Item	Nilai Korelasi	R Kritis	Keterangan
Kinerja	0,805	0,06	Valid
Tingkat Kepentingan	0,860	0,06	Valid

Analisa Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Hasil perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan CSI

No	Atribut	K	I (Y)	T
1	Adanya sarana permainan edukasi	3,4	4,6	15,64
2	Harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan	3,3	4,7	15,51
3	Keindahan penataan area taman dan arena permainan	3,3	4,6	15,18
4	Ketersediaan tempat duduk	3,2	4,3	13,76
5	Kebersihan toilet / kamar mandi	3,2	4,7	15,04
6	Kelengkapan informasi tentang fasilitas permainan	3,3	4,4	14,52
7	Ketersediaan dan keamanan tempat parkir	3,7	4,6	17,02
8	Ketersediaan dan kebersihan fasilitas ibadah	3,7	4,6	17,02
9	Fasilitas wisata air / permainan air sesuai yang diharapkan	3,4	4,6	15,64
10	Ketersediaan dan kebersihan kantin	3,3	4,6	15,18
11	Keramahan petugas (loket pembelian karcis, parkir, satpam dan petugas lainnya)	3,7	4,3	15,91
12	Kemudahan mendapatkan informasi dari petugas	3,5	4,6	16,1
13	Jenis permainan yang ditawarkan beragam	3,3	4,6	15,18
14	Cepat tanggap petugas dalam melayani pengunjung	3,5	4,7	16,45
			63,9	218,15

$$CSI = \frac{218,15}{5(63,9)} \times 100\% = \frac{218,15}{319,5} \times 100\% = 68,27\%$$

8

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 76% atau lebih tinggi mengindikasikan pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan. Dari hasil perhitungan nilai CSI berada dibawah 76 %, hal ini berarti pelanggan dalam hal ini pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling cukup puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Pada tabel 5 dapat dilihat indikator nilai CSI terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

Nilai CSI	Kriteria CSI
< 60 %	Bad
60 % - 75 %	Fair
76 % - 85 %	Good

85 % - 95 %
> 95 %

Very Good
Excellent

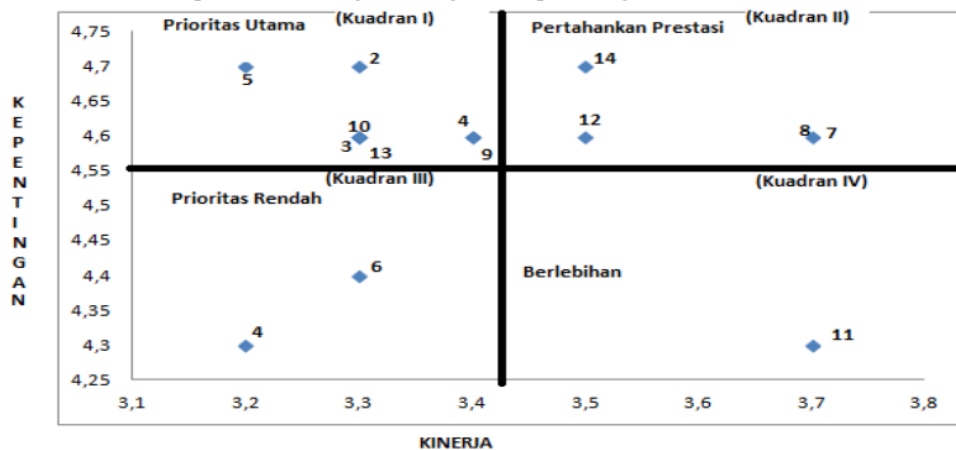
Analisa Importance Performance Analysis

Tahap dan hasil IPA (*Importance – Performance Analysis*) ini disajikan dalam bentuk tabel dan diagram IPA. Adapun tabel yang digunakan adalah tabel rata – rata item dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Nilai Rata-Rata Atribut

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan
1	Adanya sarana permainan edukasi	3,4	4,6
2	Harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan	3,3	4,7
3	Keindahan penataan area taman dan arena permainan	3,3	4,6
4	Ketersediaan tempat duduk	3,2	4,3
5	Kebersihan toilet / kamar mandi	3,2	4,7
6	Kelengkapan informasi tentang fasilitas permainan	3,3	4,4
7	Ketersediaan dan keamanan tempat parkir	3,7	4,6
8	Ketersediaan dan kebersihan fasilitas ibadah	3,7	4,6
9	Fasilitas wisata air / permainan air sesuai yang diharapkan	3,4	4,6
10	Ketersediaan dan kebersihan kantin	3,3	4,6
11	Keramahan petugas (loket pembelian karcis, parkir, satpam dan petugas lainnya)	3,7	4,3
12	Kemudahan mendapatkan informasi dari petugas	3,5	4,6
13	Jenis permainan yang ditawarkan beragam	3,3	4,6
14	Cepat tanggap petugas dalam melayani pengunjung	3,5	4,7
Nilai rata - rata		3,41	4,56

Berikut hasil pemetaan masing – masing atribut pada diagram IPA :



Gambar 1. Hasil Pemetaan Atribut (Diagram IPA)

Kuadran I : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pihak pengelola belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan tidak puas. Atribut yang masuk dalam kuadran ini antara lain : adanya sarana permainan edukasi, harga tiket masuk sesuai fasilitas yang ditawarkan, keindahan penataan area taman dan arena permainan, ketersediaan dan kebersihan kantin, kebersihan toilet/kamar mandi,

jenis permainan yang ditawarkan beragam dan fasilitas wisata air/ permainan air sesuai yang diharapkan.

Kuadran II : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori pertahankan prestasi antara lain ketersediaan dan keamanan tempat parkir, ketersediaan dan kebersihan fasilitas ibadah, kemudahan mendapatkan informasi dari petugas dan cepat tanggap petugas dalam melayani pengunjung.

Kuadran III : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori prioritas rendah ketersediaan tempat duduk dan kelengkapan informasi tentang fasilitas permainan

Kuadran IV: Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah keramahan petugas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan *customer satisfaction index* didapatkan nilai sebesar 68,27 %, dimana nilai tersebut berada dalam kategori *Fair* (cukup). Hasil dari pemetaan tingkat kepentingan dan kinerja dari Taman Rekreasi Sengkaling didapatkan tujuh atribut yang masuk dalam prioritas utama yaitu adanya sarana permainan edukasi, harga tiket masuk sesuai fasilitas yang ditawarkan, kebersihan toilet/kamar mandi, keindahan penataan area taman dan arena permainan, ketersediaan dan kebersihan kantin, jenis permainan yang ditawarkan beragam dan fasilitas wisata air/ permainan air sesuai harapan pengunjung.

Daftar Notasi

N	= jumlah sampel minimum
α	= tingkat keyakinan
Z	= nilai distribusi normal
e	= tingkat kesalahan pengambilan data
p	= proporsi jumlah populasi yang dianggap benar
q	= proporsi jumlah populasi yang dianggap salah
\bar{X}	= Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kinerja
\bar{Y}	= Skor rata-rata tingkat kepentingan
n	= Jumlah responden
X	= skor tingkat kinerja
Y	= skor tingkat kepentingan
\bar{X}_{total}	= Rataan dari total rata-rata bobot tingkat kinerja
\bar{Y}_{total}	= Rataan dari total rata-rata bobot tingkat kepentingan
K	= Banyaknya atribut

Referensi

- [1] Ardhanari, M. Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis vol. 2. 2008.
- [2] Kosasih, Rinda Naomi, and Vita Ratnasari. "Analisa Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pengguna Flexi Trendy Wilayah Surabaya Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling." Jurnal Statistika, ND: Vol 3 No 1.
- [3] O'Loughlin, Christina, and Germà Coenders. "Estimation of the European Customer Satisfaction Index: Maximum Likelihood versus Partial Least Squares. Application to Postal Services." Total Quality Management Vol 15 No 9-10, 2004: 1231–1255.
- [4] Purohit, Shri kalpesh J., Parimal H. Vyas, and Madhusudan N. Pandya. "Customer's Satisfaction / Dissatisfaction Measurement of Postal Service in Vadodara City of Gujarat State." Summer Internship Society Vol III Issue 2, 2012.
- [5] Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2007.
- [6] Wijaya, T. Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta: Indeks. 2011.
- [7] Arikunto, S. Dasar Dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Jurnal Analisa kepuasan pelanggan dengan pendekatan metode CSI dan IPA

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

24%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.usd.ac.id

Internet Source

3%

2

Submitted to Universitas Trunojoyo

Student Paper

3%

3

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

3%

4

thesis.binus.ac.id

Internet Source

2%

5

lkp-isc.net

Internet Source

2%

6

media.neliti.com

Internet Source

2%

7

docplayer.info

Internet Source

2%

8

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

2%

9

ibnusandi.student.umm.ac.id

Internet Source

2%

10

eksakta.ppj.unp.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On